

# **ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОИСКУ И ВЫБОРУ НА РЫНКЕ ФРАНЧАЙЗИНГА**

**А.В. Тарасова**

Научный руководитель А.Г. Савин

В современных условиях усиленной конкуренции на внутренних рынках и ограниченности финансовых возможностей для предприятий вопрос поиска новых форм организации собственного дела и привлечения инвестиций является актуальным, как для уже существующих, так и новых предприятий. Бизнес можно масштабировать различными способами – одним из них является франчайзинг. Ведь стартап с нуля дело очень непростое и затратное, особенно в наше время, когда на рынке уже существуют конкуренты. И именно поэтому наиболее выгодный и менее затратный способ начать свой бизнес – это открыть франшизу успешной компании.

Для франчайзеров данная организация бизнес отношений, прежде всего, возможность относительно быстрой экспансии в регионы, позволяющая повысить узнаваемость и капитализацию бренда «силами франчайзи». Для франчайзи – возможность присоединиться к сети, приобрести накопленный годами опыт и уже на старте получить лояльных потребителей. В качестве примера рассмотрим предпочтения предпринимателей: Арендодатели торговых центров часто не рассматривают в качестве арендаторов местные стартапы и отдают предпочтение сетям - особенно эта тенденция актуальна в сфере розничной торговли и при заполнении фуд-кортов.

Рынок франчайзинга — в общем тренде. Резкое сокращение точек непродовольственного ритейла, закрытие точек общепита среднего ценового диапазона, рентабельность, которая в некоторых сегментах стремится к нулю, — характерные признаки развития популярности франчайзинга.

Самый интересный позитивный тренд — появление соответствующей модели в нетрадиционных для российского франчайзинга сферах, таких как услуги, производство и услуги производственного характера.

Динамика развития франчайзинга в России представлена на Рисунке 1.



Рисунок 1 – Динамика развития франчайзинга в России по данным РАФ[2]

Проведя собственный анализ, по данным Российской ассоциации франчайзинга и портала franshiza.ru, можно сделать прогноз, что будет менее интенсивный рост франчайзинга в России к 2025 году (см. Рисунок 2), большое снижение (примерно 65%) числа франчайзеров в 2016 году объясняется тем, что существует нестабильная экономическая ситуация в результате введения санкций к нашей стране. Возрастание бизнеса в условиях эмбарго весьма осложнено, особенно учитывая, что в случае франчайзинга франчайзи в большинстве случаев должен покупать сырьё у определённых франчайзером поставщиков. Замедление роста связано с введением новых санкций, закрытием банковских компаний и т.п. Также можно одной из причин выделить финансовый кризис и рыночную волатильность. В данных условиях франчайзи будут лишаться части своей прибыли. В особой степени влияет тот фактор, что по условиям большинства франчайзинговых договоров франчайзи даже не имеет права завышать или ставить свою цену на предлагаемый товар.

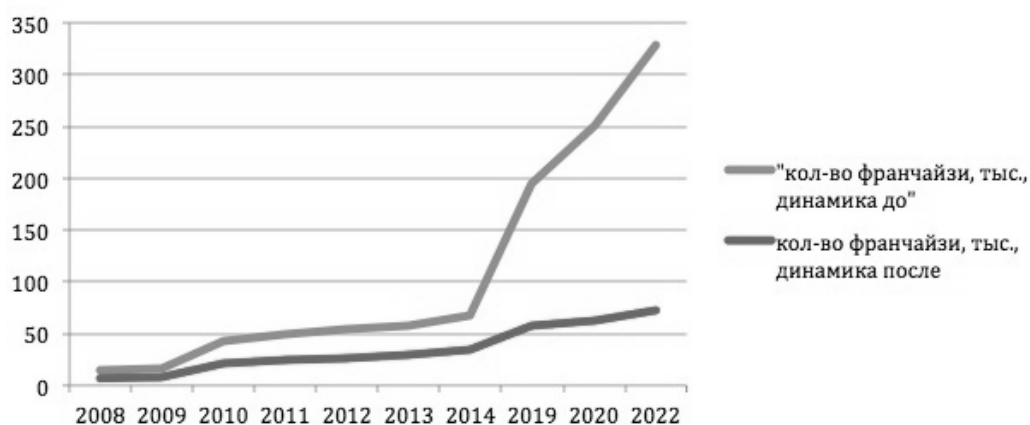


Рисунок 2 – Прогнозируемая динамика роста франчайзинга в России к 2025 году

Необходимо сказать о том, что (исходя из исследованных материалов) можно констатировать положительный рост развития франчайзинга в Российской Федерации. Невзирая на все препятствия, франчайзинг решительно продвигается на российском рынке товаров и услуг.

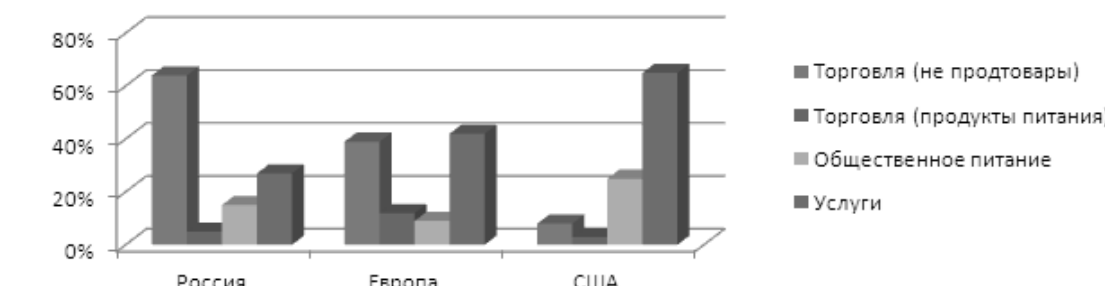


Рисунок 3 – Структура франшизных рынков России, Европы и США[6]

С помощью такой схемы организации бизнеса есть возможность открывать заведомо успешные сервисные центры, рестораны, магазины, а также многое другое, что пользуется спросом не только в Российской Федерации, но и по всему миру. При этом развивается как отдельно взятая точка, так и вся сеть в целом, что позволяет оставлять на рынке только конкурентоспособные и успешные компании.

Цель данной работы заключается в разработке алгоритма покупки франшизы (см. Рисунок 4). Чтобы понять, насколько этот шаг оправдан для бизнеса, необходимо проанализировать возможности предприятия, потенциал рынка, а также провести анализ франчайзера. Для начала оцениваем

инвестиционные возможности и возможности времени. Следующим шагом производим оценку возможности местного рынка. На этом шаге анализируем следующие критерии: численность населения – потенциальной аудитории; представленные марки в городе (конкуренция в городе); наличие подходящих площадей, где можно разместить магазин или ресторан. Далее проводим анализ франчайзера. На этом этапе необходимо выяснить, во-первых, общие вопросы о компании и товаре или услуге: сколько лет на рынке, количество франшизных и собственных предприятий, достижения, а также возраст франшизы. Во-вторых, конкурентные преимущества бизнеса и продукта (услуг), а также финансовое положение компании. Обязательно уточняем количество действующих, открытых и закрытых франчайзинговых предприятий.[5]

Остановив выбор на том или ином франчайзере, обязательно проверяем следующее: зарегистрирован ли товарный знак (знак обслуживания), есть ли у франчайзера необходимые патенты, какие франчайзер устанавливает ограничения; выплаты (суммы паушального взноса и роялти должны быть обоснованы. Роялти могут быть фиксированными, а могут устанавливаться от оборота. Также роялти могут быть скрытые, то есть уже заложены в цену товара); система поддержки (проверяем, предусмотрена ли такая система в договоре); требования к поставщикам оборудования, расходных материалов (многие франчайзеры просят закупать оборудование у определенного производителя, а сырье – у определенного поставщика); льготные условия сотрудничества (эксклюзивность территории, даются ли франчайзи специальные скидки, отличные от оптовиков, существует ли приоритет открытия новых предприятий в городе перед остальными кандидатами на франшизы).[5]

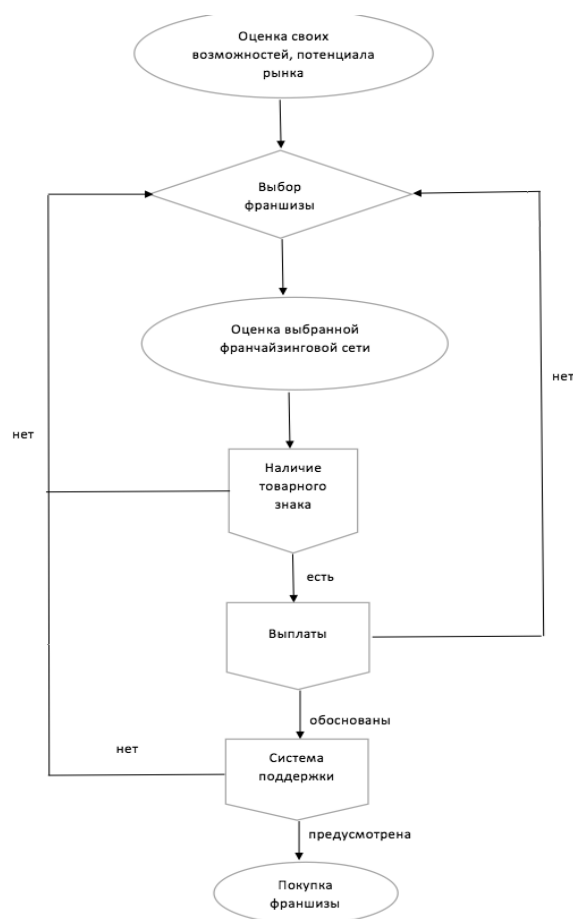


Рисунок 4 – Алгоритм по выбору на рынке франчайзинга

С учетом предложенного алгоритма существует возможность повысить динамику роста развития франчайзинга в России на 45% так как:

- 1) снижаются риски (выбор неправильной сферы деятельности, выбор ненадежного франчайзера, прибыль ниже заявленной, юридические ошибки) при выборе франшизы;
- 2) экономика страны выходит на новый уровень, так как появляется возможность открывать заведомо успешные компании;
- 3) увеличивается ВВП страны с увеличением числа франчайзеров (т.к. франчайзинг – отлаженная система бизнес-отношений).

В целом наблюдается положительная тенденция развития франчайзинга в России как современного вида розничного бизнеса. Риски снижаются, так как бизнес ведется от лица крупного бренда, уже знакомого потребителям и имеющего определенный имидж, что дает перспективы для дальнейшего развития.

### ***Список использованных источников***

1. Левченко Ю. Г. Проблемы и перспективы развития франчайзинга как новой формы организации бизнеса в Украине // Молодой ученый. — 2013. — №8. — С. 211-215. — URL <https://moluch.ru/archive/55/7503/> (дата обращения: 22.04.2018).
2. Официальный сайт РАФ URL <http://www.rusfranch.ru/franchising/statistics/>
3. Роль франчайзинга в развитии малого и среднего предпринимательства в регионе; Канд. экон. наук Мусин У.Р. КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-franchayzinga-v-razviti-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-regione>
4. Стратегии франчайзинга в современных условиях функционирования организаций сферы услуг; А.Н. Максимова, Н.Н. Иванов. КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-franchayzinga-v-sovremennyh-usloviyah-funktsionirovaniya-organizatsiy-sfery-uslug>
5. Выбор франшизы. Переговоры при покупке франшизы; автор: Нина Семина; издание: Модный Magazin URL [https://franshiza.ru/article/read/kak\\_vybrat\\_franshizu/](https://franshiza.ru/article/read/kak_vybrat_franshizu/)
6. Солдатова Н.В. Франчайзинг как форма ведения бизнеса // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. V междунар. студ. науч.-практ. конф. № 5. URL: <http://sibac.info/archive/economy/5.docx> (дата обращения: 10.12.2018)